

Секция «Социология»

Человек в роли предпринимателя
Морева Екатерина Александровна

Студент

Самарский государственный экономический университет, Факультет экономики и управления на предприятии, Самара, Россия

E-mail: belka633@rambler.ru

«Экономический человек» в политической экономии впервые появляется в качестве предпринимателя, и под ним подразумевается отнюдь не «средний» человек, а именно предприниматель. Поэтому мы переходим к рассмотрению предпринимательства. Тем более, что последнее относится к числу понятий, чрезвычайно богатых по своему содержанию, и заслуженно привлекает внимание целого ряда исследовательских дисциплин. В этом понятии обнаруживается множество слоев, в каждом из которых должно применять свои методологические подходы [1].

Первоначально проблема предпринимательства была поставлена как проблема объяснения источников экономического роста и природы прибыли (термин «предпринимательство» введен Р. Кантильоном в XVIII в.). С тех пор сформировалось несколько принципиально различных подходов к предпринимательской функции. Первая трактовка господствует в трудах классиков политической экономии (Ф. Кенэ, А. Смит), которые видят в предпринимателе собственника капитала. При этом у Ж. Тюрго, а позднее у немецких историков (В. Рошер, Б. Гильдебранд) он не только управляет своим капиталом, но и совмещает собственнические функции с личным производительным трудом [2].

Предпринимательство, конституирует три необходимых элемента:

- организационное действие;
- инициирование изменений;
- денежный доход как цель и критерий успеха.

Психологический портрет предпринимателя. Какими же личными качествами должны обладать люди, способные выполнять непростую предпринимательскую функцию? Экономисты в первую очередь обращают внимание на психологический склад человека, тип характера [4]. При этом подчеркиваются очень разные свойства:

- интеллект и нацеленность на новое знание;
- воображение и изобретательность;
- личная энергия и воля к действию;
- сочетание ума и фантазии.

Предприниматель должен быть свободен, и в этом смысле он является полной противоположностью менеджеру современной корпорации. Среди личных качеств ему необходимы:

- интуиция и чутье, которые требуются для обнаружения новых нестандартных путей;
- энергия и воля для того, чтобы отказаться от устоявшихся порядков и преодолеть экономические и социальные процессы.

Какие мотивы движут предпринимателем на этом тернистом пути? Мотив прибыли, как мы уже говорили, обязателен. Но прибыль не является самоцелью и не рас-

считается как источник личного потребления. Прибыль важна в первую очередь как критерий успеха: заработанные деньги показывают, насколько хорошо реализован задуманный предпринимательский проект. Не станем отрицать существования «природных» («психологических») предпринимателей - этих неумных энтузиастов, постоянно генерирующих организационные проекты; начинающих новое предприятие, еще не успев реализовать предыдущую идею, и оставляющих свое детище на чужое попечение в случае его успеха. Однако число таких людей все же минимально по сравнению с массой хозяйственников, обычно причисляемых к предпринимателям.

Как можно охарактеризовать хозяйственные и статусные позиции типичного предпринимателя? Они отличаются заметной неустойчивостью. Экономически - это долги и жизнь в ожидании лучшего будущего, большой разрыв между прогнозируемыми и текущими доходами. Психологически - это зависимость от массы внешних факторов и не просчитываемая до конца возможность провала (на примере банкротства среди образованных фирм). Но успех тоже не снимает всех противоречий. Предприниматель постоянно испытывает давление, а то и плохо скрываемую враждебность со стороны как традиционных, так и новых институтов. В традиционных обществах предпринимательство фактически никогда не относилось к числу благородных занятий. Напротив, предприниматели располагались ближе к нижним ступеням социальной лестницы. В современных индустриальных обществах положение меняется. Бизнес как сфера занятий часто выбирается в большей степени по иным мотивам, нежели престижность. Успешный предприниматель — это новый конкурент для собратьев по цеху, а на долю неудачника выпадают презрение и недоверие. В результате людям, не слишком глубоко укорененным в данной социальной среде, зачастую проще проявить себя в предпринимательских занятиях [5].

Одной из причин массового ухода в предприниматели, во многом объясняющей возникновение его новой волны в 70-80-х годах XX в. в западном мире, стала «теснота», возникшая в определенных сегментах рынка труда. Она подталкивала высококвалифицированных специалистов к созданию собственных технологических, информационных и консультативных фирм, а малоквалифицированных работников - к открытию своего небольшого дела в сфере торговли и бытового обслуживания.

Предпринимательство обладает практически всеми необходимыми чертами идеологии как системного мировоззрения. Оно содержит набор рационализирующих схем, относящихся как к индивидуальному действию, так и к общественному развитию, поведению фирмы и кругообороту национального капитала. Предпринимательство предлагает относительно замкнутую систему ценностных ориентиров, таких, как независимость, самореализация, стремление к индивидуальному успеху в осязаемых материальных формах [6]. Поэтому предпринимателями не рождаются, ими становятся в процессе социализации. А основные задатки формируются в семье, в ближайшем окружении. Так называемая «жилка предпринимателя» - она или есть или ее нет изначально, то есть она формируется с раннего детства [3].

Социологию предпринимательства сегодня, зачастую неосознанно, смешивают с теорией управления (менеджмента). Однако первую отличает, как минимум, то, что она не дает рецептов по созданию эффективной организации, не обучает составлению бизнес-плана, не занимается выявлением факторов конкурентоспособности предприятия. Социология рассматривает предпринимательство не как свод абстрактных принципов, а

как составляющую конкретных культурно-исторических типов. Для социолога они различаются по хозяйственным эпохам и специфичны для разных сообществ, будь то Россия или Китай, Германия или Англия, в пространстве которых разворачивается свой особый хозяйственный дух.

Литература

1. Буров, В.Ю. Основы предпринимательства: учебное пособие / В.Ю. Буров. – Чита, 2011.
2. Борнштейн Д. Как изменить мир. Социальное предпринимательство и сила новых идей. — М.: «Альпина Паблицер», 2012.
3. Лебедева, Л.Г. Семья в диалектической преемственности поколений: традиции и новации // Фундаментальные и прикладные исследования, разработка и применение высоких технологий в промышленности: XII Международная научно-практическая конференция: Сборник материалов. – СПб, 2011. С.215-219.
4. Основы предпринимательства: Учебник /Врублевский Б.И., Сенько И.В. – Гомель: ЧУП «Центр научно-технических услуг «Развитие»», 2010.
5. Предпринимательство: Статья / Борисова Е.А.- Пермь, 2010.
6. <http://ru.wikipedia.org> (Предприниматель)

Слова благодарности

Спасибо огромное Лебедевой Л.Г. за родившейся интерес к социологии!